

עשרת הדיברות לבניית תנועה וקמפיין אזרחי



1. מצאו את ה"טריגר" וספרו את הסיפור

הקמת תנועה דורשת אירוע מחולל – מערכת בחירות היא הזדמנות פז לכך. אולם, הטריגר אינו מספיק; חובה לגבש "סיפור" מניע:

מדוע חובה להתגייס?

הסיפור המניע הוא זה שסוחף קהילה
שלמה לפעולה

למה דווקא עכשיו?

מערכת הבחירות היא חלון הזדמנויות
שאסור לפספס

למה המאבק חשוב?

הגדירו את הסיבה העמוקה שמאחורי
ההתארגנות

הכל מתחיל מגרעין מצומצם ומחויב של **3-5 פעילים** שיודע לסחוף אחריו קהילה גדולה.

יעדים ומיתוג

2. הגדרת יעדים ומטרות

לפני שיוצאים לדרך, שאלו את עצמכם שאלות מכוונות:

- מהי מטרת ההתארגנות?
- מהם היעדים המדויקים שאנו רוצים להשיג?
- מה ייחשב כהצלחה בסוף הדרך?

3. מיתוג - תודעה של ארגון מקצועי

כדי להיתפס כגוף משפיע, חובה להשקיע במיתוג: בחירת שם ועיצוב לוגו. זוהי **השקעה מינימלית שמייצרת תודעה מקסימלית**.

המיתוג מאפשר:

- לפרסם ניירות עמדה רשמיים
- לצרף לוגו למכתבי קואליציות
- לשדר לציבור הרחב שיש כאן כתובת רצינית להצטרף אליה

צוותי עבודה ורשתות חברתיות



נוכחות קריטית ברשתות החברתיות

הרשת היא **צינור הקשר המרכזי** של אקטיביסטים לציבור הרחב ולפוליטיקאים. הפעילות ברשתות היא חיונית וניתנת לניהול מכל מקום.

כדאי להשקיע בכך משאבים, ואם חסר ניסיון פנימי – למצוא מומחים או פעילים מנוסים להתייעץ איתם כדי למקסם חשיפה.



צוותי עבודה מגוונים

כדי לאפשר לכמות גדולה של תושבים לקחת חלק, פצלו את העשייה לצוותים ממוקדים:

- אסטרטגיה ופוליטיקה
- תקשורת ומדיה
- ייעוץ משפטי
- ארגון אירועים
- אמנות מחאה

הון אנושי המגיע מרקעים שונים הוא **מקפצה אדירה** ליצירתיות של הקמפיין.

פגישות עם פוליטיקאים וניהול לוח זמנים

אל תחששו לפגוש את הפוליטיקאים!

בתקופת בחירות, מתמודדים צריכים אתכם וקשובים מתמיד. יזמו פגישות. הגיעו אליהם בנציגות מכובדת (2-4 תושבים), מגובים בחומר מקצועי ומוכנים היטב.

הגדירו מטרות לפגישה והתחילו לייצר ערוצי תקשורת ליום שאחרי.

ניהול לוח זמנים מוסדר

קמפיין לא יכול להתנהל באוויר. הגדירו לוח זמנים הגיוני וברור (גאנט פעילות) ושתפו אותו עם כלל חברי התנועה.

הלו"ז מייצר:

- בהירות
- תיאום ציפיות
- שמירה על מתח עשייה לקראת יום הבוחר

גיוס פעילים ושיתופי פעולה



9. שיתופי פעולה ומכפלי כוח

כל המרבה הרי זה משובח. חפשו ארגונים מקומיים, עמותות ותנועות שיש להם השקה לערכים שלכם.

לדוגמה: שילוב של ארגון סביבתי עם ארגון חברתי הפועל למען נגישות. חיבורים אלו **מגדילים את הלגיטימציה ומרחיבים את קהל התומכים.**



8. גיוס פעילים מחויבים ("אש בעיניים")

הליבה של כל תנועה מורכבת מאנשים שהנושא **בוער בהם באמת**, ויש להם את הפניות הרגשית והזמן להתחייב למאמץ האינטנסיבי שדורש קמפיין.

10. הנוער ככוח מניע

בני ובנות הנוער הם **כוח אדיר**:

נראות מעולה ברחובות



הנוכחות הפיזית של הנוער ברחובות מייצרת השפעה ויזואלית חזקה ומושכת תשומת לב

יכולת התארגנות מהירה



הנוער מסוגל לגייס ולארגן פעילות בזמן קצר ביותר

שליטה אבסולוטית במרחבי הרשת



יצירת שיתופי פעולה עם תנועות הנוער בישוב יכולה לתת **זריקת מרץ משמעותית לקמפיין**



- צוות "**חיים וסביבה**" מזמין אתכם לא לחכות. **הזמן הכי טוב לפעול הוא עכשיו** - קחו את הכלים האלו והתחילו להניע תהליכים ביישוב שלכם.